

2004

þÿ ‘ ½ ¬ Æ Ä Å ¾ · μ ° Æ ± ¹ ´ μ Å Ä ¹ ° ¿ Í Å » ¹ °  
þÿ Ä · ½ ´ ¹ ´ ± ° Ä ¹ ° ® Ä · Å ± , » · Ä ¹ ° ® Å  
þÿ μ Æ ¹ Ç μ ¹ Á · ¼ ± Ä ¹ ° ì Ä · Ä ± Å Ñ Ä ± ” · ¼

Bourletidis, Konstantinos

---

<http://hdl.handle.net/11728/7206>

*Downloaded from HEPHAESTUS Repository, Neapolis University institutional repository*

**ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟΥ ΥΛΙΚΟΥ ΓΙΑ ΤΗΝ  
ΔΙΔΑΚΤΙΚΗ ΤΗΣ ΑΘΛΗΤΙΚΗΣ  
ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΣΤΑ ΔΗΜΟΣΙΑ ΙΕΚ  
  
DEVELOPING EDUCATIONAL MATERIAL FOR  
TEACHING OF  
SPORTS MANAGEMENT IN GREEK PUBLIC  
EDUCATION**

**Bourletidis Konstantinos**

Οικονομολόγος MSc, PhD Cand  
Ειδικός Επιστήμονας  
Εθνικό και Καποδιστριακό  
Πανεπιστήμιο Αθηνών  
Τμήμα Οικονομικών Επιστημών  
Σταδίου 5, 10562, Αθήνα, Ελλάδα  
**email:** [mpourle@elke.uoa.gr](mailto:mpourle@elke.uoa.gr)

**Bourletidis Dimitrios**

Οικονομολόγος -Περιφερειολόγος MSc  
Επιστημονικός Συνεργάτης  
Εθνικό και Καποδιστριακό  
Πανεπιστήμιο Αθηνών  
Πρόγραμμα Επιχειρηματικότητας ΤΕΕ  
Σταδίου 5, 10562, Αθήνα, Ελλάδα

**Papathanasiou Spyros**

Οικονομολόγος MSc, PhD  
Επιστημονικός Συνεργάτης  
Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο  
Κέκροπος 1, 19001 Κερατέα,  
Ελλάδα

**Περίληψη.**

Σκοπός της συγκεκριμένης εργασίας είναι παρουσιαστεί η διαδικασία παραγωγής εκπαιδευτικού υλικού αλλά και τα αποτελέσματα για το μάθημα της αθλητικής - Πολιτιστικής επιχειρηματικότητας το οποίο θα εισαχθεί στα Δημόσια ΙΕΚ. Το εκπαιδευτικό υλικό πρέπει να δημιουργηθεί έτσι ώστε να γίνει αποδεκτό από τους σπουδαστές σαν κάτι καινούριο έξω από αυτά που ήδη γνωρίζουν και όχι σαν ένα ακόμη βιβλίο το οποίο θα πρέπει να διαβαστεί αποσπασματικά για τις εξετάσεις.

**Abstract**

This paper is made on purpose to present the procedure of production of educational manual and the results for the issue of sports - cultural entrepreneurship which will be introduced in public IEK. The educational manual must be created in order to be accepted by students as something new, out of what they already know and not even like a book that should be read for exams.

**Proceedings of the 5nd Conference on “Sports Management”, Hellenic Scientific Association For Sport Management, Patras, Greece, December 10-12, 2004.**

## **1. Εισαγωγή**

Σκοπός της συγκεκριμένης εργασίας είναι παρουσιαστεί η διαδικασία παραγωγής εκπαιδευτικού υλικού αλλά και τα αποτελέσματα για το μάθημα της αθλητικής - Πολιτιστικής επιχειρηματικότητας το οποίο θα εισαχθεί στα Δημόσια ΙΕΚ το σχολικό έτος 2004-2005. Η συγκεκριμένη ενέργεια αποτελεί τμήμα του έργου «*Ενθάρρυνση Επιχειρηματικής Δράσης και Καινοτομικών Εφαρμογών Σπουδαστών ΙΕΚ & Σχολών Αρχικής Επαγγελματικής Κατάρτισης*». Μέτρο 3.1 Ενέργεια 3.1.1 Κατηγορία Πράξεων 3.1.1.(β) «*Μαθήματα Επιχειρηματικότητας*» του ΕΠΕΑΕΚ II, το οποίο έχει αναλάβει το Εθνικό και Καποδιστριακό Πανεπιστήμιο Αθηνών σε συνεργασία με τα ΤΕΙ Λάρισας και Κρήτης. Οι συνεργαζόμενοι φορείς δραστηριοποιούνται στην εκπόνηση και ανάπτυξη εκπαιδευτικού υλικού σε θέματα επιχειρηματικότητας, το οποίο θα απευθύνεται σε μαθητές των ΤΕΕ, αλλά και σπουδαστές των ΙΕΚ και των Σχολών Αρχικής Επαγγελματικής Εκπαίδευσης και Κατάρτισης αντίστοιχων ειδικοτήτων των λοιπών Φορέων. Το εκπαιδευτικό υλικό αφορά έξι τομείς των ΤΕΕ και ένα τομέα των Δημοσίων ΙΕΚ τον τομέα Αθλητισμού – Πολιτισμού. Στα πλαίσια της συγκεκριμένης εργασίας θα παρουσιάσουμε το περιεχόμενο του μαθήματος όπως καθορίστηκε, την μεθοδολογία ανάπτυξης υλικού, καθώς και τα συστατικά μέρη του τα οποία χρησιμοποιούνται στην εκπαιδευτική διαδικασία. Οι συγγραφείς του άρθρου είναι μέλη της ομάδας παραγωγής του εκπαιδευτικού υλικού για το μάθημα της επιχειρηματικότητας στον χώρο του αθλητισμού και του πολιτισμού.

## **2. Μεθοδολογία**

Το μοντέλο με βάση το οποίο ξεκίνησε η διαδικασία παραγωγής του εκπαιδευτικού υλικού για το μάθημα της επιχειρηματικότητας συνίσταται στα εξής:

1. Το εκπαιδευτικό περιεχόμενο δεν περιορίζεται μόνο σε βιβλία αλλά και ηλεκτρονικό (web) υλικό προσβάσιμο ανά πάσα στιγμή στους συμμετέχοντες.
2. Κάθε εμπλεκόμενος διαθέτει εργαλεία που ενισχύουν τον ρόλο του στην εκπαιδευτική διαδικασία της επιχειρηματικότητας. Ο σπουδαστής έχει βασικό εγχειρίδιο και βοήθημα καθώς και δυνατότητα πρόσβασης σε διαδραστικό περιεχόμενο και δράσεις που ενισχύουν τη επιχειρηματικότητα, ενώ ο καθηγητής σε βοήθημα με οδηγίες και μεθοδολογία διδασκαλίας, διαδραστικό ενισχυτικό υλικό κλπ.
3. Το υλικό, τα βιβλία και η μεθοδολογία βασίζονται στις θεωρίες της επιχειρηματικότητας και κατευθύνεται στο να κατανοήσουν οι μαθητές στο πως ανιχνεύουν, αξιολογούν και αξιοποιούν επιχειρηματικές ευκαιρίες, πως διαχειρίζονται

αποτελεσματικά τους περιορισμένους πόρους που διαθέτουν και τελικά πως θα δημιουργήσουν ένα επιτυχημένο επιχειρηματικό σχήμα.

Το θέμα του εκπαιδευτικού υλικού είναι ιδιαίτερα σημαντικό εάν λάβουμε υπόψη μας τον εκπαιδευτικό πληθυσμό στον οποίο απευθύνεται. Είναι φτιαγμένο είναι έτσι φτιαγμένο ώστε να:

1. Καθοδηγεί τον σπουδαστή στην μελέτη του,
2. Προάγει την αλληλεπίδραση του,
3. Επεξηγεί τα δύσκολα σημεία και τις έννοιες,
4. Αξιολογεί τον σπουδαστή για την πρόοδο του,
5. Εμπνυχώνει και ενθαρρύνει τον σπουδαστή να συνεχίσει τις σπουδές του,
6. Ενισχύει τον ρόλο του καθηγητή μέσα στην αίθουσα δίνοντας του την δυνατότητα να ξεφύγει από τον ρόλο του εισηγητή και να τον βοηθήσει να προάγει την συνεργατική μάθηση.

**Στο πλαίσιο του περιεχομένου** το υλικό δίνει έμφαση στο:

- α) Πως ορισμένοι επιχειρηματίες ανακαλύπτουν οικονομικά προσοδοφόρες ευκαιρίες και οι υπόλοιποι δεν μπορούν να τις εντοπίσουν. Πως μπορεί κατά συνέπεια να ενεργοποιηθεί η επιχειρηματική εγρήγορση.
- β) Πως οι επιχειρηματίες εντοπίζουν τους τομείς δραστηριότητας αθλητισμού – πολιτισμού με τις καλύτερες προοπτικές.
- γ) Πως οι επιχειρηματίες δημιουργούν και συντηρούν ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα
- δ) Πως οι επιχειρηματίες μπορούν να διαχειριστούν αποτελεσματικά τους περιορισμένους πόρους τους για να τρέξουν ένα επιχειρηματικό εγχείρημα.

Σύμφωνα με τον Fiet (2001) οι πλέον σημαντικοί λόγοι για τους οποίους οι σπουδαστές πρέπει να διδάσκονται μέσα από το υλικό τους το θεωρητικό υπόβαθρο της επιχειρηματικότητας και όχι απλά πρακτικά θέματα επιχειρηματικού σχεδίου και μελέτες περίπτωσης είναι οι εξής:

- α) Οι μαθητές είναι απίθανο να συναντήσουν στην ζωή τους όλες τις καταστάσεις που περιγράφονται στα μαθήματα επιχειρηματικότητας. Συνεπώς θα πρέπει να είναι πολύ περισσότερο προετοιμασμένοι από την πραγματικότητα που θα συναντήσουν.

β) Η ύπαρξη μιας διαδικασίας εκπαίδευσης η οποία αντιστοιχεί σε ένα θεωρητικό πλαίσιο προσδιορίζει πολύ ευκολότερα τους εκπαιδευτικούς στόχους και την κατεύθυνση ενός προγράμματος επιχειρηματικότητας.

γ) Η διδασκαλία αυτοτελών ιδανικών καταστάσεων στους μαθητές, χωρίς την αναφορά σε κάποιο μοντέλο ή θεωρία μπορεί να τους αποθαρρύνει, διότι αναδεικνύει αφενός το «τυχαίο» στις επιλογές του επιχειρηματία ή το ταλέντο που τον διακρίνει.

δ) Μελετώντας συνεχώς μελέτες περιπτώσεων συνηθισμένων επιχειρήσεων που «πέτυχαν», θα βγάλουμε από το εκπαιδευτικό σύστημα προβλέψιμους επιχειρηματίες οι οποίοι θα επιτύχουν μέτρια κοντά στο μέσο όρο αποτελέσματα.

ε) Το μεγάλο ποσοστό αποτυχίας που εμφανίζουν οι νέες επιχειρήσεις θα πρέπει να αναγκάσει τους μαθητές να μελετήσουν όλα τα θεωρητικά ρεύματα που επεξηγούν την επιχειρηματικότητα, ώστε όταν κάποια στιγμή πρέπει να λάβουν αποφάσεις σε δύσκολες καταστάσεις ή να κάνουν προβλέψεις να μην νοιώθουν ότι πάσχουν από γνωστικό έλλειμμα.

Συνεπώς για να μπορέσουμε να διαμορφώσουμε το περιεχόμενο ενός μαθήματος αθλητικής – πολιτιστικής επιχειρηματικότητας είναι σκόπιμο οι σπουδαστές να κατανοούν ότι υπάρχουν διαφορετικές θεωρητικές επεξηγήσεις γύρω από οποιοδήποτε ζήτημα πρακτικής φύσης που αναφέρεται στο χώρο της επιχειρηματικότητας.

Τα βασικότερα συστατικά θεωρητικά μέρη της ανάπτυξης επιχειρηματικότητας είναι τα παρακάτω: Η agency theory (Eisenhardt 1989, Fama 1980, Jensen 1994) βοηθά να κατανοήσουμε πως επιχειρηματίες με στενότητα πόρων μπορούν να οργανώσουν τους πόρους που διαθέτουν στα πλαίσια της σύγκρουσης των συμφερόντων μεταξύ ιδιοκτητών και διαχείρισης. Η θεωρία των Οικονομικών της Πληροφορίας, (Gifford 1992 and Hayek 1945), συμβάλλει, στην κατανόηση του πως ορισμένοι επιχειρηματίες αξιοποιούν επιχειρηματικές ευκαιρίες, που οι άλλοι δεν εντοπίζουν, μέσω της αξιοποίησης των πληροφοριών. Στα πλαίσια της Θεωρίας των αποφάσεων, οι Busenitz & Burney (1997) διατυπώνουν την άποψη ότι οι επιχειρηματίες λαμβάνουν πλέον αρκετά συχνά αποφάσεις σχετικά με επενδύσεις, επιχειρηματικές επιλογές και κατανομή πόρων, όχι με βάση την εμπειρία και το ένστικτο αλλά με αντικειμενικά κριτήρια ανάλυσης ώστε να συλλέξουν πληροφορίες που μειώνουν τον κίνδυνο.

Σημαντική είναι η επίδραση του έργου του M.Porter (1985) Θεωρία Βιομηχανικής Οργάνωσης, στο να γίνει κατανοητό, γιατί ορισμένοι κλάδοι, είναι περισσότερο ελκυστικοί από άλλους, και προσφέρουν ευκαιρίες για επιχειρηματική δράση στα πλαίσια των ανταγωνιστικών οικονομικών δυνάμεων. Η Θεωρία Διαχείρισης Πόρων (Burney 1987 and Wernerfeldt 1984) βοηθά να γίνει κατανοητό πως μέσα από την σωστή διαχείριση πόρων που προέρχονται από διαφορετικές ετερογενής πηγές μπορεί να διατηρηθεί ένα ανταγωνιστικό πλεονέκτημα. Στα πλαίσια της θεώρησης του Υπερανταγωνισμού όλα τα συγκριτικά πλεονεκτήματα έχουν προσωρινή ισχύ λόγω της συνεχούς αύξησης της έντασης του ανταγωνισμού. Συνεπώς ο επιχειρηματίας δεν πρέπει απλά να προστατεύει το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα της επιχείρησης αλλά να καταστρέφει το πλεονέκτημα του ανταγωνιστή απαξιώνοντας το. (D' Aveni 1994). Η Αυστριακή σχολή (Jacobson 1992, Kirzner 1985 & Schumpeter 1936) βοηθά να κατανοήσουμε την συνεχή ανάγκη ανάπτυξης και εισαγωγής καινοτομιών ώστε η επιχείρηση να αντέξει τον ανταγωνισμό και τις αλλαγές στο διεθνές ανταγωνιστικό περιβάλλον.

Θα πρέπει να σημειώσουμε ότι στην εκπόνηση του διδακτικού υλικού για την αθλητική – πολιτιστική επιχειρηματικότητα λήφθηκαν υπόψη και οι ιδιαιτερότητες του τομέα ως χώρου επιχειρηματικής δραστηριοποίησης. Πιο συγκεκριμένα :

➤ Γίνεται σαφές στους σπουδαστές ότι η αθλητική – πολιτιστική επιχειρηματικότητα μπορεί να ξεκινήσει από ένα χόμπι ή μια ενασχόληση στον ελεύθερο χρόνο του επιχειρηματία

➤ Προσδιορίζονται οι πηγές και οι παράγοντες ζήτησης των ευκαιριών στο χώρο του αθλητισμού και του πολιτισμού. Συγκεκριμένα γίνεται σαφές ότι οι καταναλωτές αθλητικών προϊόντων και υπηρεσιών αρέσκονται στο να συμμετέχουν ή να παρακολουθούν αθλητικές - πολιτιστικές εκδηλώσεις και χρησιμοποιούν προϊόντα και υπηρεσίες του τομέα σε καθημερινές δραστηριότητες

➤ Παρουσιάζεται και ο μη κερδοσκοπικός τομέας (αθλητικά σωματεία, αστικές μη κερδοσκοπικές εταιρίες στον χώρο του αθλητισμού και του πολιτισμού κ.α) ως σημαντικός παράγοντας της αγοράς του αθλητισμού και πολιτισμού.

#### **4. Αποτελέσματα**

Τα δεδομένα από την θεωρητική προσέγγιση όσο και από τις ιδιαιτερότητες του εκπαιδευτικού πληθυσμού οδήγησαν στην δημιουργία ενός μαθήματος με 11 διδακτικές ενότητες, Κάθε μια εξ αυτών έχει ως βάση της τα συμπεράσματα βασικών θεωρητικών προσεγγίσεων. (βλέπε πίνακα 1 παράρτημα). Παρουσιάζεται μια θεματολογία που καλύπτει την παρουσίαση της αθλητικής πολιτιστικής αγοράς, την διαδικασία αναγνώρισης επιχειρηματικών ευκαιριών, θέματα μάρκετινγκ και χορηγιών, απλά μαθήματα χρηματοοικονομικής διαχείρισης, τις νομικές μορφές επιχειρήσεων στον χώρο του αθλητισμού και του πολιτισμού καθώς και την εφαρμογή των νέων τεχνολογιών στην επιχειρηματικότητα του τομέα

Το εκπαιδευτικό υλικό, περιλαμβάνει τα ακόλουθα συστατικά μέρη:

##### **I. Το κλασικό εκπαιδευτικό εγχειρίδιο διδασκόμενων**

Περιλαμβάνει το περιεχόμενο της διδακτικής ενότητας, προσδοκώμενα αποτελέσματα, έννοιες κλειδιά, παραδείγματα, σύνοψη και ασκήσεις αξιολόγησης και δραστηριότητες:

##### **II. Το βοήθημα του μαθητή**

Περιλαμβάνει τον οδηγό μελέτης της ενότητας, τις Μελέτες Περίπτωσης καθώς και το λεξιλόγιο όρων και εννοιών της ενότητας.

##### **III. Το Εγχειρίδιο του Εκπαιδευτή-Καθηγητή ανά τομέα**

Περιλαμβάνει τον οδηγό διδασκαλίας με συμβουλές για αποτελεσματική αξιοποίηση του εκπαιδευτικού υλικού, ένα κείμενο με τίτλο «γιατί πρέπει να διδάξουμε και να κατανοήσουμε την ενότητα», τις απαντήσεις των ασκήσεων αξιολόγησης και των δραστηριοτήτων καθώς και έξτρα ασκήσεις και δραστηριότητες.

##### **IV. CD-ROM με Διαφάνειες των περιλήψεων των μαθημάτων σε POWER POINT**

**V. Βιντεοταινία** που δεικνύει τύπους επιχειρήσεων του τομέα αθλητισμού και πολιτισμού και επιτυχημένα παραδείγματα από τον χώρο.

**VI. «Οδηγό Επαγγελματικής Έναρξης»**, ένα εύχρηστο εγχειρίδιο για τα πρώτα βήματα του επιχειρηματία.

## **VII. Εκπαιδευτικό υλικό για εξ αποστάσεως e-Learning εκπαίδευση**

Περιλαμβάνει εμπλουτισμένο εκπαιδευτικό υλικό σε ηλεκτρονική διαδραστική μορφή ώστε να μπορεί να διδαχθεί το υλικό σε ένα πρόγραμμα εξ αποστάσεως εκπαίδευσης με την χρήση νέων τεχνολογιών.

### **5. Συμπεράσματα**

Το εκπαιδευτικό υλικό βρίσκεται στην φάση της αξιολόγησης και ετοιμάζεται για την πιλοτική του εφαρμογή ώστε από το έτος 2004-2005 να ενταχθεί στο ωρολόγιο πρόγραμμα των Δημοσίων ΙΕΚ. Το βασικότερο πρόβλημα στην ανάπτυξη του εκπαιδευτικού υλικού για την διδασκαλία της αθλητικής – πολιτιστικής επιχειρηματικότητας ήταν ότι έπρεπε να γραφτεί σας ένα εύχρηστο εγχειρίδιο το οποίο θα χρησιμεύσει στους απόφοιτους και μετά την ολοκλήρωση των σπουδών τους στα πλαίσια μιας ενδεχόμενης επιχειρηματικής προσπάθειας. Συνεπώς έπρεπε να φτιαχτεί έτσι ώστε να γίνει δεκτό από τους σπουδαστές σαν κάτι καινούριο έξω από αυτά που ήδη γνωρίζουν και όχι σαν ένα ακόμη βιβλίο το οποίο θα πρέπει να διαβαστεί αποσπασματικά για τις εξετάσεις.

### **Βιβλιογραφία**

**Bygrave, W. D. & Hofer, C. W. (1991)**, “Theorising About Entrepreneurship”, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 16(2), 13-22.

**Busenitz L.W and Burney J.B (1997)**, “Biases and Heuristics in strategic Decision making: Differences between entrepreneurs and managers in large organisations”, *Journal of Business Venturing*, 12(1):9-30.

**D`Aveni, R.A (1994)**, “Hypercompetition”, New York. The Free Press

**Eisenhardt, K. (1989)**, “Agency Theory: An assessment and review”, *Academy of Management Review*, 14: 57-74

**Fama, E.F (1980)**, “Agency problems and the theory of the firm”, *Journal of Political Economy*, 88:288-307

**Fiet, J.O. (1996)**, “The informational basis of entrepreneurial discovery”, *Small Business Economics*, 8(6):419-430

**Gifford, S. (1992)**, “Innovation, Firm size and growth in a centralized organization”, *RAND Journal of Economics*, 23(2):284-298



**Gratton, C. & Taylor, P., (1985),** “ Sport and Recreation: An Economic Analysis”, London: E. and F.N. Spon

**Hansen, H. & Gauthier, R., (1992),** “Marketing Objectives of Professional and University Sport Organizations”, Journal of Sport management, 6:27-37

**Hayek, F.A (1945),** “The use of Knowledge in Society”, American Economic Review, 35:519-530

**Houlihan, S., & DeBrock, L., (1991),** “Economics in Sport”, The Management of Sport: Its Foundation and Application”, edited by Bonnie.L Parkhouse, St Louis: Mosby Year Book, 12:198-209

**Jensen, M.C. (1994),** “Self - interest altruism and agency theory”, Journal of Applied Corporate Finance, 7(2):40-45

**Porter, M. (1985),** “The Competitive Advantage of Nations”, New York: Free Press

**Wenner, L.A, (1989),** “Media, Sports and Society. Newbury Park, CA, Sage

**Wernerfeldt, B. (1984),** “A resource based view of the firm”, Strategic Management Journal, 5: 171-180

**Πίνακας 1: Οι διδακτικές ενότητες του προγράμματος και οι θεωρίες στις οποίες αντιστοιχούν**

ΘΕΩΡΙΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ	ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΕΝΟΤΗΤΕΣ
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Θεωρία των Αποφάσεων</li> <li>➤ Οικονομικά της Πληροφορίας</li> <li>➤ Agency Theory</li> <li>➤ Βιομηχανική Οικονομική Οργάνωση</li> </ul>	1. Η επιχειρηματικότητα στον χώρο του αθλητισμού
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Θεωρία των Αποφάσεων</li> <li>➤ Οικονομικά της Πληροφορίας</li> <li>➤ Agency Theory</li> <li>➤ Βιομηχανική Οικονομική Οργάνωση</li> </ul>	2. Η επιχειρηματικότητα στον χώρο του Πολιτισμού
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Αυστριακή Οικονομία</li> <li>➤ Επιχειρηματικές Δεξιότητες</li> <li>➤ Agency Theory</li> <li>➤ Βιομηχανική Οικονομική Οργάνωση</li> </ul>	3. Επιχειρηματικές Ευκαιρίες στον χώρο του «Αθλητισμού και Πολιτισμού»
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Οικονομικά της Πληροφορίας</li> <li>➤ Επιχειρηματικές Δεξιότητες</li> </ul>	4. Διοίκηση Επιχειρήσεων «Αθλητισμού και Πολιτισμού»

<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Αυστριακή Οικονομία</li> <li>➤ Υπερανταγωνισμός</li> <li>➤ Βιομηχανική Οικονομική Οργάνωση</li> </ul>	5. Οργάνωση και λειτουργία επιχειρήσεων «Αθλητισμού και Πολιτισμού»
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Επιχειρηματικές Δεξιότητες</li> <li>➤ Agency Theory</li> </ul>	6. Μάρκετινγκ προϊόντων και υπηρεσιών αθλητισμού και πολιτισμού»
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Επιχειρηματικές Δεξιότητες</li> <li>➤ Agency Theory</li> <li>➤ Θεωρία Διαχείρισης των Πόρων</li> </ul>	7. Χρηματοοικονομικός Σχεδιασμός και Διοίκηση Επιχειρήσεων «αθλητισμού και πολιτισμού»
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Επιχειρηματικές Δεξιότητες</li> </ul>	8. Νομική Μορφή Επιχειρήσεων Αθλητισμού και Πολιτισμού (Μέρος Α')
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Επιχειρηματικές Δεξιότητες</li> </ul>	9. Νομική Μορφή Επιχειρήσεων Αθλητισμού και Πολιτισμού (Μέρος Β')
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Οικονομικά της Πληροφορίας</li> <li>➤ Βιομηχανική Οικονομική Οργάνωση</li> </ul>	10. Ειδικές Μορφές Επιχειρήσεων και μη Κερδοσκοπικοί Οργανισμοί Αθλητισμού και Πολιτισμού «Αθλητισμού και Πολιτισμού»
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Agency Theory</li> <li>➤ Θεωρία της Διαχείρισης των Πόρων</li> <li>➤ Αυστριακή Σχολή</li> </ul>	11. Επιχειρηματικότητα στον χώρο του Αθλητισμού – Πολιτισμού και η χρήση Νέων Τεχνολογιών / Πληροφορικής